

**STRATEGI KOMUNIKASI DWIKI MAX DALAM PROMOSI JASA
MUA MELALUI SOSIAL MEDIA**

(INSTAGRAM)

(Studi kasus dwiki max make up artis)

Oleh :

Ajeng Nufi Larassati 362013103

SKRIPSI

**Diajukan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2019**



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AJENG NURI LAPASATI
NIM : 302013103 Email : NUFI34@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : STRATEGI KOMUNIKASI DIKIRI MAX DALAM PROMOSI JASA MUA
MELALUI SOSIAL MEDIA
Pembimbing : 1. SAMPUDERNO, S.Pd., M.Si
2. PRATINI CRISTIN HARAHITA, S.Sos. M.I. Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 17 JANUARI 2019





PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AJENG NUFU LAPASCATI
NIM : 262013103 Email : NUFI342@gmail.com
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI Program Studi : KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : STRATEGI KOMUNIKASI DIWIFI MAX DALAM PEMASOKAN JASA MUA MELALUI
SOSIAL MEDIA (INSTAGRAM)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing I dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 18 JANUARI 2019

1956

Mengetahui,

SAMPURNO D. Pd. M. Si

Tanda tangan di nama terang pembimbing I

AJENG NUFU

Tanda tangan di nama terang mahasiswa

PRATIWI KRISTIN HARNITA S. Scs. MI Kom

Tanda tangan di nama terang pembimbing II

HALAMAN PENGESAHAN

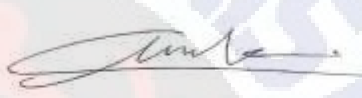
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DWIKI MAX DALAM
PROMOSI JASA MUA MELALUI SOSIAL MEDIA
(INSTAGRAM)
Nama Mahasiswa : AJENG NUFILARASSATI
N.L.R.M : 362013103
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Disetujui Oleh,

Pembimbing I


(Sampurno, S.Pd., M.Si)

Pembimbing II


(Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos.,
M.I.Kom)


Diketahui Oleh,

Kaprodi,


(Budhi Widiastuti S.I.Kom., MA.)

Disahkan Oleh,

Dekan


(Dr. Ir. Royke R. Siahainenina, M.Si)

Disetujui tanggal :

1956

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

2019

SARIPATI

Dewasa ini penampilan adalah salah satu hal yang menjadi sebuah prioritas bagi banyak orang, khususnya penampilan luar. Setiap manusia menginginkan penampilan yang terbaik dalam setiap kegiatan terlebih lagi bagi wanita, penampilan adalah salah satu hal yang sangat diperhatikan dalam menjalani aktifitas sehari-hari. Salah satu aspek yang membuatnya bisa tampil dengan sempurna tentunya adalah dari bagian wajah, salah satu cara yang biasa dilakukan adalah dengan make up. Hal ini juga yang mendorong banyaknya penyedia jasa make up atau biasa disebut dengan make up artis (MUA). Hal itu juga yang dimanfaatkan oleh para make up artis di Universitas Kristen Satya Wacana khususnya di fakultas Fiskom. Mereka mempunyai strategi promosi yang berbeda-beda untuk memasarkan jasa make up yang mereka tawarkan. Salah satunya adalah Dwiki Max, dilihat dari pengikut instagramnya Dwiki Max lebih unggul, 3.354 pengikut. sedangkan yang lain hanya berkisar ratusan saja.

Jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode-metode Analisa Strategi Komunikasi oleh Onong Uchjana yang mengemukakan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. penelitian ini dilakukan dengan melihat bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dwiki dalam mempromosikan jasa MUAnyanya melalui sosial media khususnya instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Dwiki dalam promosi jasa MUA dengan menggunakan sosial media khususnya Instagram.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, Analisa Strategi Komunikasi, Dwiki Max Make up Artis*

ABSTRAK

Nowadays appearance is one of the things that becomes a priority for many people, especially outward appearance. Every human being wants the best appearance in every activity especially for women, appearance is one of the things that is very concerned in undergoing daily activities. One aspect that makes it possible to perform perfectly is of course from the face, one way that dibsa is done is by make up. This also encourages many make-up service providers or commonly called make-up artists (MUA). It was also used by makeup artists at Satya Wacana Christian University, especially at the Fiskom faculty. They have different promotional strategies to market the makeup services they offer. One of them is Dwiki Max, seen from his Instagram followers. Dwiki Max is superior, 3,354 followers. while others only range in hundreds.

The type and approach used in this study are the methods of Communication Strategy Analysis by Onong Uchjana which suggests that communication strategies are a blend of communication planning with communication management to achieve the stated goals. This research was conducted by looking at how the communication strategy was carried out by Dwiki in promoting its MUA services through social media specifically Instagram. This study aims to find out Dwiki's strategy in promoting MUA services by using social media specifically Instagram.

MOTTO

*“Ketika kamu benar-benar menginginkan sesuatu, kamu akan menemukan caranya
Sebaliknya ketika kamu tidak serius, kamu hanya akan menemukan alasan”*
-Jim Rohn-



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya H. Nurul Hadi Is Fani dan R.A Sri Sumiyati dan tak lupa untuk Yacub Christ Nugroho.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas kasih dan anugrah-Nya. Hanya karena pertolongan kasih dan curahan nikmat-Nya, penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DWIKI MAX DALAM PROMOSI JASA MUA MELALUI SOSIAL MEDIA (INSTAGRAM)”** skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini atas bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Sampoerno, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing satu, yang dengan penuh aspirasi dan kesabaran membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini, juga memberikan saran agar penulisan ini bisa saya selesaikan dengan baik. Dan untuk Pratiwi Cristin Harnita, S .Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang membantu penulis untuk menyelesaikan karya ini, dan membantu penulis untuk mencari soluis dalam setiap kesulitan yang saya alami.

Seluruh staff dosen dan staffadministrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi. Terimakasih sudah membantu saya selama ini.

2. Kedua orang tua penulis dan keluarga penulis dengan setia mendukung secara materi, moral dan doa.
3. Adikku tercinta Diah Ayu, terimakasih banyak selalu mendukung dan percaya bahwa aku pasti bisa menyelesaikan tanggung jawabku.
4. Yacub Chirst Nugroho yang selalu memberikan dukungan dan doa, setia mendengarkan keluhan saya, selalu memberikan semangat dan mendorong saya untuk bisa menyelesaikan setiap tanggung jawab yang saya pegang. Terimakasih banyak telah memberikan arti kehidupan yang nyata bagaimana berdiri dengan kaki sendiri. *Thank you so much my best partner. I love you.*
5. Valentine Pintaku dan Christina Lorensa terimakasih banyak atas dukungan kalian, terimakasih banyak sudah selalu ada untuk ajeng setiap kali butuh bantuan kalian. Lafyou :)

6. Terimakasih untuk Pak Budi selaku staff administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi, tanpamu ajeng mungkin tak bisa menyelesaikan karya ini.
7. Tak lupa untuk teman-teman satu Fakultas yang selalu memberikan semangat selama penulis menempuh studi dan menyelesaikan tulisan skripsi ini. Anah, Verina, yosie, makasih semuanya. Sukses selalu buat kalian, bakal kangen kumpul bareng kalian :)
8. Untuk keluarga yang ada di solo mbak tika, mbak tia, bude terimakasih selalu memberikan dorongan agar menyelesaikan skripsi ini.
9. Berbagai pihak yang telah membantu namun belum disebutkan namanya oleh peneliti, yang telah banyak berjasa baik dalam memberikan penjelasan, masukan, waktu, serta dorongan dari penelitian hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna. Karena apabila terdapat kekurangan didalam menyusun skripsi ini, peneliti dengan senang hati menerima segala saran dan kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Salatiga, 4 Januari 2019

Peneliti,

Ajeng Nufi Larassati

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pertanyaan Keaslian Karya Tulis	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Definisi Konseptual	5
Bab II Landasan Teori	
2.1 Komunikasi	
2.1.1 Pengertian Komunikasi	8
2.1.2 Pengertian Strategi Komunikasi	9
2.1.3 Teori dalam Strategi Komunikasi.....	11
2.2 Pengertian New Media	11
2.3 Penelitian Terdahulu	12
2.4 Kerangka Pikir	14
Bab III Metodologi Penelitian	
3.1 Pendekatan.....	15
3.2 Jenis Penelitian	15
3.3 Unit Amatan	15
3.4 Sumber Informasi	16
3.5 Jenis Data	16
3.6 Teknik Pengumpulan Data	16
3.7 Lokasi Penelitian	17
3.8 Teknik Analisis	17

Bab IV Penyajian Data dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum	19
4.2 Profile Dwiki Max	19
4.3 Analisis Strategi Komunikasi.....	27
4.4 Consumer Journey	42
4.5 Consumer Insight.....	43

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	
5.2.1 Saran untuk Dwiki Max	44
5.2.2 Saran untuk Peneliti selanjutnya.....	45

Daftar Pustaka	46
-----------------------------	-----------

Lampiran.....	48
----------------------	-----------